

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04-15/36

27.01. 2016 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председателя комиссии – заместитель руководителя управления – Попова Ирина Николаевна;

Членов комиссии: главный специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мороз С.В., ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Мареха Д.А.

рассмотрев дело № 08-04-15/36 от 18.11.2015 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе) в отсутствии представителей ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» и ООО «КИА Моторс РУС»

УСТАНОВИЛА:

Управление Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области в ходе мониторинга наружной рекламы выявила 17.09.2015 г в городе Мурманске, на улице Ломоносова, вблизи остановочного комплекса рекламу в виде баннера: ««Выгода до 150000 р./кредит от 0%** KIA RIO www.kia.ru....» далее нечитаемый мелкий шрифт:

«Максимально возможная выгода 150 000руб. распространяется на модель Rio FL2015года выпуска в комплектации premium и формируется из следующих факторов 1) Скидка при покупке 50000 руб., 2) Выгода 40000 руб по программе трейд-ин при сдаче автомобиля KIA, 3) Выгода 60000 руб распространяется на покупку нового автомобиля в кредит по программе «Go! KIAFinance» (Гоу! Киа Финанс) с остаточным платежом **0%-маркетинговая ставка. Маркетинговая ставка означает выраженный в % размер расходов физ.лиц на приобретения автомобиля с использованием кредитных средств, при условии снижения стоимости автомобиля. Не является процентной ставкой по кредиту. Указанная ставка достигается исходя из цены на автомобиль. KIA RIO в комплектации 16AT premium 2015 года выпуска, при условии, что первые три символа VIN-номеров начинаются на XWE Z94-809 900руб., сумма кредита-461400руб., при процентной ставке по кредиту 13,845% с учетом государственной программы субсидирования (кредитный продукт «Партнерский субсидированный» тарифного плана «Партнерский») первоначальном взносе -43,03% от стоимости автомобиля, сроке кредита 24 месяца, остаточной стоимости (часть кредита в процентах от стоимости автомобиля, выплачивается в составе последнего платежа по кредиту)-22% ежемесячный платеж-16221,57руб. Страхование автомобиля по программе КАСКО обязательно. Кредит предоставляется ООО «Русфинанс Банк», лицензия Банка России №1792 от 13.02.2013года (Далее Банк). Предложение не является публичной

офертой (ст.437 ГК РФ) и действительно с 01.09.2015 по 30.09.2015. Условия и тарифы могут быть изменены ООО«Русфинанс Банк» в одностороннем порядке. Подробности уточняйте у официальных дилеров KIA в Вашем городе и на сайте www.kia.ru***Искусство удивлять»).

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 3 Закона о рекламе:

объект рекламирования – товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама;

товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот;

рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму;

рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Частью 7 статьи 5 Закона о рекламе предусмотрено, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Реклама: «Выгода до 150000 р./кредит от 0%** KIA RIO www.kia.ru....» содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве, предназначена для неопределенного круга лиц; формирует и поддерживает интерес к марке «KIA», её товарам и предложению «Выгода до 150000 р./кредит от 0%**»; преследует строго заданные цели продвижение товаров марки «KIA» и проводимой акции, побуждают приобрести автомобиль KIA RIO по привлекательной выгодной цене.

Объектами рекламирования являются:

-марка «KIA»,

-автомобиль KIA RIO ;

-предложение «Выгода до 150000 р./кредит от 0%**».

Комиссия Мурманского УФАС России зафиксировала с помощью фотоаппарата рекламный баннер и составила акт осмотра рекламы в присутствии понятой.

Согласно Акту осмотра рекламы от 17.09.2015, рекламный баннер размером 18м.кв. размещен на рекламной конструкции высотой 6-8 метров, за тротуарной частью в зоне зеленых насаждений вдоль проезжей части в г. Мурманске на улице Ломоносова, вблизи остановочного комплекса «Лыжный проезд».

В центре рекламного поля изображены два автомобиля KIA RIO красного и синего цвета. В верхней части рекламы на красном фоне привлекательная информация выполнена крупным шрифтом «Выгода до 150000 р.*» в продолжение фразы крупно на сером фоне «Кредит от 0%**». Нижняя часть рекламного поля заполнена текстом, выполненным мелким не читаемым шрифтом, который занимает третью часть всей рекламы.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста рекламы условий акции и кредитования, исполненного мелким шрифтом - затруднено, что было отмечено Комиссией Мурманского УФАС России и понятой при осмотре рекламной конструкции и отражено в акте.

18.11.2015 г Определением о возбуждении дела № 08-04-15/36 по признакам нарушения рекламного законодательства рассмотрение дела назначено на 16.12.2015 года в 14.30.

На рассмотрение дела ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус», в действиях которого усматриваются признаки нарушения рекламного законодательства, не явилось, ходатайство об отложении рассмотрения не заявляло.

ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» 14.12.2015 года представило учредительные документы компании, не заверенные надлежащим образом, и письменные объяснения, из которых следует, что Общество не дает пояснения по существу дела с документальным подтверждением, а делает выводы, при этом, не ознакомившись с материалами дела.

ООО «КИА Моторс Рус», заинтересованное в распространении рекламы представило письменные пояснения и ходатайство о рассмотрении дела в отсутствии Общества.

Комиссия установила, что для всестороннего и полного рассмотрения дела необходимо получение дополнительных доказательств от ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус».

В соответствии с пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, Комиссия отложила рассмотрение дела № 08-04-15/36 до 27.01.2016 года.

27.01.2016 года Комиссия в том же составе, в отсутствии ООО «КИА Моторс РУС» и ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус», ходатайствующих о рассмотрении дела в отсутствии представителей Обществ, продолжила рассмотрение дела.

ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» не представило дополнительных пояснений и доказательств по существу дела. Определение об отложении дела, направленное по юридическому адресу ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» вернулось в Мурманское УФАС России по истечении срока хранения.

Комиссия, в ходе рассмотрения дела изучила рекламу, сопоставив её с вновь представленным макетом рекламы, изучила дополнительные пояснения ООО «КИА Моторс РУС», а также ранее представленные сторонами документы и пояснения.

ООО «КИА Моторс РУС» представило материалы из которых следует, что ООО «КИА Моторс РУС» (Принципал) заключило с ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» (Агент) агентские договоры № 82/2010 от 01.03.2010 года, 597 от 11.01.2009г и приложение к договору 236 адаптация рекламных материалов для рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015» от 21.07.2015 по условиям которых, Агент совершает от своего имени юридические и иные (фактические) действия направленные на продвижение бренда KIA, в рамках рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015» путем организации изготовления и размещения рекламно-информационных материалов Принципала в СМИ, проводимой в период с 01.09. по 30.09.2015 года, в том числе наружная реклама.

Согласно Уставу общество с ограниченной ответственностью «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» (ОГРН 5087746426609 от 10.12.2009г, ИНН 7703679413, РФ, 123317 г. Москва, Пресненская набережная, д.10) является юридическим лицом обладает полной хозяйственной деятельностью, одними из основных видов деятельности Общества: рекламная деятельность, продажа и производство рекламных материалов и т.п.

Согласно Уставу общество с ограниченной ответственностью «Киа Моторс РУС» (ОГРН 5087746291760 от 22.10.2008г, ИНН 7728674093, РФ, 115054, г. Москва, ул. Валовая, д.26) является юридическим лицом и осуществляет деятельность по продаже оптом и в розницу автотранспортных средств, техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств и т.п.

Из терминологии Договора № 82/210 от 01.03.2010 и договора №597 от 11.01.2009 года следует, что

РИМ – рекламно-информационные материалы, содержащие информацию, подпадающую под определение «Рекламы» в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Медиа-план – разрабатываемый Агентом план РИМ Принципала, подписанный обеими сторонами Медиа-план является официальным поручением Принципала Агенту на выполнение действий, предусмотренных Медиа-планом.

Предметами двух договоров является обязанность Агента действовать в интересах Принципала по выполнению работ на создание творческих материалов на производство и размещение РИМ.

- Положения договора № 82/2010 от 01.03.2010:

Пунктом 4.6 Договора № 82/2010 от 01.03.2010 Принципал предоставляет Агенту РИМ, выполненные в полном соответствии с Законом РФ «О рекламе».

Согласно пункта 6.2 Договора № 82/2010 от 01.03.2010 года Принципал несет полную ответственность за достоверность информации, содержащейся в предоставляемых им к размещению РИМ.

Согласно Приложению № 618 (Медиа – План) от 01.09.2015г. к Агентскому договору № 82/2010 от 01.03.2010, по согласованию сторон, производство баннера 3х6 Мурманск (п.30) и распространение баннера в г. Мурманске по ул. Ломоносова (п.511), осуществлялось Агентом ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» за вознаграждение.

Представленные счета-фактуры, а также агентские отчеты подтверждают, что организацию производства и распространение исследуемого рекламного баннера осуществило ООО «Иношен Волдвайд Рус».

- Положения договора № 597 от 11.01.2009:

Пунктом 3.2 Приложения 236 к Договору №597 от 11.01.2009 года Агент отчуждает принципалу исключительное право на РИМ.

В соответствии с пунктом 3.11 Договора № 597 от 11.01.2009 года Принципал письменно утверждает предоставленные Агентом, материалы в соответствии со сроками, указанными в графиках работ, либо направляет Агенту в письменной форме мотивированный отказ от одобрения документов с перечнем замечаний в срок не позднее 3-ех рабочих дней с даты получения указанных документов. Если в течении срока Агентом не будет получен мотивированный отказ Принципала от одобрения документов, соответствующие документы считаются принятыми Принципалом и утвержденными по умолчанию.

Пунктом 4.5 Договора №597 от 11.01.2009 года определено, что Принципал обязуется соблюдать требования, предъявляемые действующим законодательством РФ к РИМ, предоставлять одновременно с РИМ документальные свидетельства достоверности рекламной информации.

Согласно пункту 4.6 Договора №597 от 11.01.2009 года Принципал обязан предоставлять агенту РИМ и всю необходимую информацию по предмету Приложений в сроки, установленные в Приложении.

В соответствии с пунктом 1.1 Приложения №236 к договору №597 от 11.01.2009 Агент обязуется, в рамках рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015», проводимой в период с 01 по 30 сентября 2015г, организовать разработку креативной концепции для рекламной кампании, включая слоган рекламной кампании и ключевое изображение, в том числе макет для наружной рекламы, на основе утвержденной креативной концепции (п.1.1 Приложения).

Из письменных пояснений ООО «КИА Моторс РУС» следует, что Общество действуя добросовестно и желая достичь максимального соблюдения требований законодательства, привлекло профессионального участника рекламного рынка ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус», на основании договоров № 82/210 от 01.03.2010 и №597 от 11.01.2009 года, для осуществления действий по продвижению бренда КИА, в том числе для размещения, производства и монтажа наружной рекламы в рамках рекламной кампании «KIA RIO сентябрь 2015» в период с 01.09.2015 по 30.09.2015. По утверждению ООО «КИА Моторс РУС» разработало содержание

рекламы ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус», а затем изготовило и распространило рекламу.

В своих пояснениях ООО «КИА Моторс РУС» указывает, что законы и иные нормативные акты Российской Федерации не устанавливают нормативы, касающиеся размера шрифта, которым должна быть приведена в рекламе обязательная информация, отсутствует законодательно установленная методика расчета читаемости текста.

ООО «КИА Моторс РУС» в качестве аналогии закона приводит ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения», пунктом 5.10 которого определено, что размер текста наружной рекламы должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

Кроме того, ООО «КИА Моторс РУС» сравнивает шрифт текста рекламы с требованиями ГОСТ Р 50577-93 «Государственный стандарт Российской Федерации. Знаки государственные регистрационные транспортных средств Типы и основные размеры. Технические требования». В соответствии с пунктом 3.8 ГОСТ Р 50577-93 толщина линий цифр и букв данного типа регистрационных знаков должны соответствовать значениям, приведенным в таблице 1: минимальная высота цифр и букв 20мм, толщина линий и букв- не менее 3 мм. По информации ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» буквы в тексте рекламы выполнены высотой 56мм при толщине линий цифр и букв-3,6мм.

Вместе с тем, ООО «КИА Моторс РУС» пояснило, что первоначально, по запросу антимонопольного органа, ошибочно направила макет рекламы, распространявшийся в другой период. Вновь представленный макет полностью соответствует распространявшейся рекламе. Кроме того, Общество пояснило, что автомобили марки КИА, произведенные в Российской Федерации имеют VIN-номера начинающиеся с XWE и Z94.

По мнению ООО «КИА Моторс РУС» рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель действовали добросовестно и обеспечили видимость информации на дорогах издалека. В подтверждении своей добросовестности ООО «КИА Моторс РУС» обратило внимание антимонопольного органа на то, что в рекламе имеется информация о интернет-сайте компании, где можно было узнать полную информацию о проводимой рекламной акции, а также из условий кредитного договора при обращении в компанию «КИА Моторс РУС».

ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» строит своё письменное пояснение на опровержении доводов приведенных в Определении антимонопольного органа, при этом, не представив документальных подтверждений, дважды не явившись на рассмотрение дела по признакам нарушения рекламного законодательства и не ознакомившись с материалами дела, возбужденного в отношении ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус». ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» опровергает не читаемость информации в спорной рекламе, ссылаясь на компетентность опытного рекламораспространителя, предъявляющего высокие требования к читаемости рекламы на объектах наружной рекламы. По мнению ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД

Рус» вся необходимая потребителю информация, позволяющая последнему приобрести автомобиль, реализуемый под товарным знаком КИА, на условиях содержащихся в рекламе, представлена в рекламе и изложена читаемым шрифтом, выполненным черным цветом на белом фоне, позволяющим в полном объеме быть воспринятой потребителем.

Комиссия, проанализировав представленные сторонами документы, пояснения и содержания рекламы пришла к выводу.

Довод ООО «КИА Моторс РУС» о том, что рекламодателем является ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» не состоятелен, т.к. из договорных отношений сторон следует, что определило содержание рекламы, а в последствии согласовало изготовленные ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» рекламно-информационные материалы ООО «КИА Моторс РУС», которое и является рекламодателем.

Таким образом, Комиссия не усматривает в действиях ООО «ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» признаки нарушения рекламного законодательства.

Комиссия опровергает доводы ООО «КИА Моторс РУС» по поводу читабельности текста рекламы и сопоставления шрифтов текста рекламы с шрифтами нанесенными на знаки дорожного движения по следующим основаниям.

ГОСТ Р 52044-2003 «Государственный стандарт Российской Федерации Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения» устанавливает требования к техническим средствам стабильного территориального размещения рекламы (далее — средства наружной рекламы) и способам их установки, обеспечивающим безопасность участников дорожного движения и населения.

Комиссия не оспаривает, что рекламная конструкция установлена с соблюдением требования ГОСТа, однако объемная рекламная информация, размещенная на рекламной конструкции в виде баннера выполнена мелким не читаемым шрифтом, что не соответствует требованию пунктам 5.10 и 4.2 ГОСТ Р 52044-2003.

Пункт 5.10 ГОСТ Р 52044-2003 устанавливает, что размер текста наружной рекламы должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств.

Именно Акт осмотра рекламы, составленный Мурманским УФАС России в присутствии понятой доказывает, что текст рекламы был нечитабелен, даже находясь вблизи рекламы по стороне её размещения.

В рекламе объем печатного текста весьма значителен и требует времени для прочтения.

Потенциальными потребителями рекламы являются пешеходы, водители и пассажиры транспортных средств, которые находятся в потоке движения, что также усложняет прочтение мелкого шрифта объемного текста условий акции и кредитования в короткий промежуток времени.

Пунктом 4.2 ГОСТ Р 52044-2003 определено, что наружная реклама не должна ограничивать видимость, мешать восприятию водителем дорожной обстановки

или эксплуатации транспортного средства.

Из чего следует, что реклама должна быть лаконичной и выполнена шрифтом доступным для прочтения участникам дорожного движения, чтобы не отвлекать их от дорожной обстановки. В рассматриваемом случае текст рекламы перегружен разноречивой информацией и требует внимательного прочтения для полного его осознания, что не соответствует требованиям ГОСТа.

Не допустимо сравнение шрифта текста рекламы с требованиями ГОСТ Р 50577-93 к шрифтам регистрационных знаков, что делает в своих пояснениях ООО «КИА Моторс РУС», т.к. пунктом 1 ГОСТ Р 50577-93 установлено, что областью применения настоящего стандарт является определение типа и основных размеров, а также технических требований к государственным регистрационным знакам (далее - регистрационным знакам), устанавливаемым на транспортные средства.

Объемный текст рассматриваемой рекламы не сравним с шестизначным буквенно-цифровым обозначением государственного регистрационного знака, устанавливаемого на транспортные средства.

Следует отметить, что в рассматриваемой рекламе, выполненный мелким шрифтом текст, не является знаком дорожного движения, а по содержанию и смыслу является одинаково значимым для потребителя, как и тот текст, который выполнен в рекламе крупно, только полный текст даст потребителю истинное представление о рекламируемом товаре, условиях акции и кредита.

ООО «КИА Моторс РУС» письменно пояснило, что автомобили марки КИА, произведенные в Российской Федерации имеют VIN-номера начинающиеся с XWE и Z94, т.е. Общество указало в рекламе в условиях приобретения автомобиля информацию о выгоде при приобретении автомобиля с номерами VIN XWE и Z94 заведомо зная, что все продаваемые автомобили на территории России содержат только VIN с указанными в рекламе номерами и это условие с номерами VIN не как не повлияют на стоимость, что подтверждает недобросовестный маркетинговый ход по отношению к потребителю рекламы.

Привлекательная информация ««Выгода до 150000 р./кредит от 0%** KIA RIO www.kia.ru....» выполнена крупным шрифтом в 20 раз превышающим мелкий шрифт в этой же рекламе.

Именно информация выполненная мелким шрифтом и раскрывает полные неоднозначные условия приобретения автомобиля: «Максимально возможная выгода 150 000руб. распространяется на модель Rio FL2015года выпуска в комплектации premium и формируется из следующих факторов 1)Скидка при покупке 50000руб.,2)Выгода 40000руб по программе трейд-ин при сдаче автомобиля KIA, 3)Выгода 60000руб распространяется на покупку нового автомобиля в кредит по программе «Go! KIAFinance» (Гоу!Киа Финанс)с остаточным платежом **0%-маркетинговая ставка. Маркетинговая ставка означает выраженный в % размер расходов физ.лиц на приобретения автомобиля с использованием кредитных средств, при условии снижения стоимости автомобиля. Не является процентной ставкой по кредиту. Указанная ставка достигается исходя из цены на автомобиль. KIA RIO в комплектации 16AT premium 2015 года выпуска, при условии, что первые три символа VIN-номеров начинаются на XWE,Z94-809 900руб., сумма кредита-461400руб., при процентной ставке по

кредиту 13,845% с учетом государственной программы субсидирования (кредитный продукт «Партнерский субсидированный» тарифного плана «Партнерский») первоначальном взносе -43,03% от стоимости автомобиля, сроке кредита 24 месяца, остаточной стоимости (часть кредита в процентах от стоимости автомобиля, выплачивается в составе последнего платежа по кредиту) -22% ежемесячный платеж -16221,57 руб. Страхование автомобиля по программе КАСКО обязательно. Кредит предоставляется ООО «Русфинанс Банк», лицензия Банка России №1792 от 13.02.2013 года (Далее Банк). Предложение не является публичной офертой (ст. 437 ГК РФ) и действительно с 01.09.2015 по 30.09.2015. Условия и тарифы могут быть изменены ООО «Русфинанс Банк» в одностороннем порядке. Подробности уточняйте у официальных дилеров KIA в Вашем городе и на сайте www.kia.ru ***Искусство удивлять»).

В данном случае размер и способ доведения до потребителей выгодных условий приобретения автомобиля, условий скидок и кредитования в рекламе должны быть такими, чтобы условия воспринимались обычным человеком естественным образом (т.е. без использования вспомогательных технических средств и в течение времени, в которое возможно восприятие информации), если одно из условий, влияющих на сумму доходов или расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, воспринимается потребителями указанным образом. В рассматриваемом случае, такими условиями является «Выгода до 150 000 рублей, кредит от 0%».

Утверждение рекламодателя о том, что реклама соответствует в полном объеме рекламному законодательству, не соответствует действительности, поскольку доведенная в таком виде информация не может формировать у потребителя правильное (неискаженное и относительно полное) представление о рекламируемом объекте (услуге).

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации, и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

С учетом способа и особенности размещения рекламы, а именно реклама размещена в виде баннера размером 18 кв.м на высоте 6 метров, вдоль проезжей части, потребитель находится в месте демонстрации рекламы не длительное время, картинку баннера не остановить и не озвучить, а также свойств человеческого зрения, восприятие объемного текста многочисленных условий, программ и критериев для получения «выгоды», исполненных мелким шрифтом, было невозможно.

Несмотря на формальное наличие в рекламе условий «выгодного» предложения, условий кредитования, наименования Банка; форма и способ представления сведений была такова, что они не воспринимались потребителями и фактически в рекламе отсутствовали. А расставленные в рекламе акценты в виде крупно выделенных фраз: «Выгода до 150000 р.* «Кредит от 0%**...» создавали представление у потребителей о том, что автомобиль KIA RIO можно приобрести с выгодой до 150000 рублей и в кредит под 0% в компании KIA.

Из пункта 28 постановления Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными

судами Федерального закона «О рекламе» следует, что если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Формальное наличие в рекламе существенной информации при ненадлежащей форме ее представления не свидетельствует о соответствии рекламы требованиям законодательства о рекламе.

Доводы ООО «КИА Моторс РУС» о том, что полную информацию о кредите и условиях приобретения автомобиля «KIA» можно уточнить на сайте, указанном в рекламе и в банке при оформлении кредита на приобретения автомобиля не могут быть приняты Комиссией, т.к. норма части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает в рекламе умалчивать информацию, которая, будучи сообщенной, изменила бы созданное рекламой представление потребителей о товаре(услуге), об условиях его приобретения или использования.

По смыслу комментируемой нормы требуется непосредственно в рекламе привести отсутствующую часть существенной информации о товаре, условиях его приобретения или использования, если приведенные в рекламе сведения, ввиду их недостаточности, порождают заблуждение потребителей рекламы. И доведение до всеобщего сведения неопределенного круга лиц существенной информации должно осуществляться способами и в форме, которые позволят каждому из круга неопределенных лиц воспринимать существенную информацию наравне с иными привлекательными для потребителей сведениями.

Размещение привлекательной для потребителя информации крупным шрифтом, а менее привлекательной информации - способом, затрудняющим ее восприятие свидетельствует о недобросовестности такой рекламы.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его стоимости и приобретении, качестве и потребительских свойствах.

В случае, если фактически условия, являющиеся существенной информацией для потребителей, способной обмануть их ожидания, сформированные рекламой, представлены в рекламе мелким либо нераспознаваемым шрифтом, не читаемом на значительном расстоянии, такая реклама может привести к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами, товарами.

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу полных сведений и условий приобретения товара.

Согласно статье 1 Закона о рекламе целями настоящего Федерального закона являются реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Указанные норма принята в интересах потребителя, с целью формирования у него правильного (неискаженного и относительно полного) представления о рекламируемом объекте (услуге).

Отсутствие в рекламе существенной части информации об условиях приобретения товара, позволяющей покупателю определить фактические расходы и оценить свои риски, приобретая товар по многочисленным условиям, путем банковского кредитования, приводит к искажению рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей.

Комиссия, признала рекламу: «Выгода до 150000 р.* «Кредит от 0%**www.kia.ru.... далее идет мелкий шрифт», размещённую 17.09.2015г в городе Мурманске, на улице Ломоносова, ненадлежащей, не отвечающей требованиям части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 6 и 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 7 статьи 5 Закона возложена на рекламоателя.

Согласно материалам дела определило содержание и объект рекламирования общество с ограниченной ответственностью «КИА Моторс РУС

Рекламоателем является ООО «КИА Моторс РУС» (ОГРН 5087746291760 от 22.10.2008г, ИНН 7728674093, РФ, 115054, г. Москва, ул. Валовая, д.26).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1.Признать рекламу: «Выгода до 150000 р.* «Кредит от 0%**www.kia.ru.... далее идет мелкий шрифт», распространённую 17.09.2015г в городе Мурманске, на улице Ломоносова, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Производство по делу № 08-04-15/36 в ООО«ИНОШЕН ВОЛДВАЙД Рус» по признакам нарушения рекламного законодательства прекратить.

3.Признать лицом, нарушившим части 7 статьи 5 Закона о рекламе ООО «КИА Моторс РУС».

4.Предписание ООО «КИА Моторс РУС» не выдавать в связи с окончанием распространения рекламы.

3.Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мурманского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении,

предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «КИА Моторс РУС».

Резолютивная часть решения объявлена 27 января 2016 года.

Решение изготовлено в полном объеме 10 февраля 2016 года.

В соответствии со статьей 37 Закона о рекламе, решение, антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.